



## **Influenciadores Digitais: novas relações de trabalho e disciplinamento da força de trabalho.<sup>1</sup>**

Ivaldo Oliveira Santos  
Bacharel em Direito – UFS  
Mestrando em Sociologia – PPGS – UFS

### **Resumo**

Esta trabalho visa analisar o desenvolvimento das atividades dos influenciadores digitais, como um reflexo imediato do momento de transformação em que vive nossa sociedade e da forma como encaramos e pensamos o trabalho, com a evolução do paradigma da sociedade da disciplina para a sociedade do desempenho, que foca no indivíduo, consumo e comercialização do próprio Eu. Desprovidos de uma regulação que acompanhe o desenvolvimento destes novos postos de trabalho, o objeto empírico dessa análise é compreender como este novo paradigma modal de trabalho, os influenciadores digitais, tem se organizado coletivamente para construir um marco legal para a proteção de suas atividades. Para coletas de dados pretende-se fazer uso da observação, análise documental, vídeos e de achados teóricos sobre o tema, dentre outros meios que possam vir a ser identificados como relevantes quando da execução do trabalho. Utilizaremos também a metodologia desenvolvida por Gabriel Tarde, para buscar compreender como se realiza o engajamento que os Influenciadores Digitais fazem uso para mobilizar seus seguidores e como esse processo de formação de um público se origina para estabelecer as bases teóricas deste fenômeno que assola esse novo campo de atuação laboral, juntamente com a análise de conteúdo para nos permitir uma pesquisa aprofundada acerca das mensagens de comunicação de massa. Busca-se averiguar, portanto, a natureza das atividades exercidas por esses atores para sinalizar os elementos de coalisão entre eles e, assim, identificar subsídios que possam articular suas lutas pela regulamentação, reconhecimento e amparo dessas modalidades de trabalho.

**Palavras-chaves:** Influenciadores digitais; atividade; sociedade

### **Introdução**

É comum nos dias de hoje termos uma massificação do uso das mídias virtuais. Esse fenômeno assola nossa sociedade desde que se oportunizou a acessibilidade do uso da internet e da difusão dos smartphones que praticamente configuram-se como uma extensão do ser humano. Com isso, vários campos de nossa vida foram modificados e, com eles, a ideia que temos sobre o trabalho.

Seus usuários utilizam-se da conectividade para exercer as mais diversas atividades, sejam elas de cunho laboral ou não, porém geralmente acompanhado da disseminação de um ideário que possibilite a monetização de suas atividades

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 05 – Precarização: transformações e crises nas relações sociais do trabalho do III Seminário Nacional de Sociologia, realizado de forma remota de 08 a 16 de outubro de 2020.



através da exposição de suas imagens. Isso determina uma nova maneira de ver os cyber-espacos. Apesar desenvolvidos com fins de entretenimento, hoje determinam verdadeiros sítios de emprego, no qual se promovem a carreira dos mais diferentes segmentos de atuação.

Se não bastasse a desenfreada procura por este campo de atuação, observamos que as legislações vigentes, principalmente no caso brasileiro que é aquela que tomamos como estudo, não possuem um regramento legal que acompanha os avanços de nossa sociedade nesse novo ambiente laboral.

Esse sempre foi o papel do direito, arregimentar as novas relações que se desenvolvem no seio social. Mas como pensar que essa dinâmica atenderia aos desenfreados avanços tecnológicos em que estamos imersos. Essa marcha de proteção encontra-se descompassada e esse sentimento de insegurança, apesar de evidente para alguns, transveste-se em discursos como de empreendedorismos, autorrealização e independência.

Não há maneiras de frear a proliferação desse modo de ver e pensar nossa realidade, entretanto é preciso descortinar a flagrante precarização do trabalho para que esses mesmos agentes possam angariar os recursos necessários para terem protegidos seus direitos e serem novamente amparados e protegidos por nossa legislação trabalhista. Para isso, antes de mais nada, será preciso fazê-los enxergar a natureza das relações de trabalho que estão imersos e compreender a forma de exploração que recai sobre si.

É importante frisarmos que apenas agora, em nosso modelo de sociedade atual, composto com todas as suas características sociais, econômicas e tecnológicas, que se ampararia a disseminação destes novos profissionais. Intitulados como “influenciadores digitais”, o que observamos é a ascensão do Marketing de Influência que demonstrou aos criadores digitais e às marcas como a produção de conteúdo online é uma poderosa estratégia de comunicação, publicidade e fonte de renda.

### **Suas origens e bases para seu desenvolvimento**

De acordo com as definições que usualmente nos deparamos, os influenciadores seriam aqueles que, de alguma forma, teriam algum poder de persuasão no processo de decisão de compra de um sujeito; eles são capazes de expor pontos de vistas e gerar discussões em circulação pelas mídias sociais;



poderiam, inclusive, exercer uma influência direta em decisões relacionadas ao estilo de vida, gostos e bens culturais daqueles que estão em sua rede de seguidores. Na verdade, para ser apto a influenciar, de alguma forma, um grupo de pessoas, pressupõe-se um destaque, prestígio; algum tipo de distinção em meio ao grupo.

Quanto a jornada que cada um desses agentes exerceu para atualmente serem enquadrados como Influenciadores Digitais, observamos que cada um deles seguiu seu próprio caminho, porém em certo momento todos convergiram para um mesmo ponto, fato que os impulsionaram a hoje delinear essa emergente categoria profissional dos influenciadores digitais.

Para melhor situarmos nosso objeto de estudo, os situaremos ao longo do tempo, diante da evolução de sua atuação no vasto campo cibernético. Até 2014, blogueiras de moda eram conhecidas apenas como blogueiras de moda ou bloggers. O mesmo para blogueiros de outros nichos; de games à decoração. Aqueles que trabalhavam com produção de conteúdo em outras plataformas, como o YouTube, por exemplo, eram, por sua vez, vlogueiros ou vloggers. Em 2015, no entanto, inicia-se um movimento de redefinição de nomenclaturas profissionais, uma guinada discursiva. Assim registramos a evolução do termo influenciador digital. (KARHAWI, 2017)

É importante ressaltar que no caso dos influenciadores digitais, faz-se necessário que haja sempre a produção de conteúdo. Esta seria uma condição *sine qua non* para que um determinado ator seja qualificado como influenciador digital, no cenário que se construiu ao entorno deste termo. Inclusive, a evolução deste vocábulo até a atual designação não elimina as antigas denominações e definições já propostas, ainda que, como visto, refiram-se a fenômenos distintos e que percorreram caminhos individualizados.

As mudanças pós-modernas trouxeram o desenvolvimento da cultura tecnológica e, com isso, fomentaram o neoliberalismo. Essas transformações juntas culminaram no pós-industrialismo. A nova possibilidade de interação, através das redes digitais, onde um emissor não atinge apenas um receptor, mas vários, gerando uma rede de comunicação, diferente do tradicional, sem limites geográficos e econômico, possibilitou a difusão desse emergente campo de atuação. Explicamos: nesse novo contexto, surge construções associativas e a consequente ampliação de demanda consumidora, pois o consumidor tem a capacidade de interagir próximo dos produtos do seu interesse, já que possui mais informações



sobre os objetos de seu interesse. Assim, esses influenciadores digitais alcançam igualmente palcos tradicionais de publicidade, editoriais de revistas, cinema e televisão.

O engajamento adquirido com o público transcende as mídias, o que acaba exigindo que os meios tradicionais absorvem esse conteúdo que interessa ao público. As estratégias de engajamento podem conter práticas do dia a dia, orientações a respeito de um tema específico, comentários acerca de trabalhos de terceiros, aspectos que transpassem pela via midiática e cultural, gerando valor na mídia social. Cada vez mais a internet tem se tornado um local de participação do consumidor e isto ocorre de diversas maneiras. A cultura da participação trouxe a possibilidade de produzir nas mais diferentes áreas: no jornalismo, na publicidade, nas artes, na música.

Existem influenciadores de vários níveis e nichos como: beleza, cidades, arquitetura, urbanismo, comportamento, estilo de vida, conhecimento, curiosidades, cultura, entretenimento, decoração, organização, economia, utilidades, esportes, família, games, política, entre centenas de outras categorias e que já estão colecionando prêmios de melhor influenciador em sua categoria. Estes prêmios têm o objetivo de destacar os influenciadores mais relevantes, peças fundamentais dentro das estratégias de marketing de marcas e empresas. (ESTELA, 2019)

Algumas das consequências imediatas do desenvolvimento da atividade dos Influenciadores digitais: a) Influenciadores passam a ser vistos como elementos da cadeia de negócios pela audiência que construíram. Assim, passam a ser convidados pelas marcas para serem garotos e garotas propagandas ou ainda lançarem seus próprios produtos; b) Influenciadores se consideram comunicadores de nicho e, portanto, falam para comunidades específicas e concorrem entre si; c) Influenciadores passam a ter rotinas de trabalho, nas quais o tempo online é uma das características profissionais, além da presença ou associação com marcas; d) Influenciadores tornam-se empresários ou passam a ter empresários para a “carreira” e começam a se preocupar cada vez mais com a profissionalização de suas atividades; e) Influenciadores reformulam as estratégias de marketing digital e passam a ser protagonistas de marcas, criando uma lógica contemporânea de vender a própria imagem. (CAMARGO; ESTEVANIM; SILVEIRA, 2017)

**Da sociedade da disciplina à sociedade do desempenho**



Talvez o marco mais significativo que possamos trazer a essa discussão seria o fato de uma evolução no panorama disciplinar de nossa sociedade para a noção de desempenho. Byung-Chul Han, em sua obra *Sociedade do Cansaço*, nos proporcionou uma profunda análise sobre essa alteridade no quadro social. Ele identifica que a sociedade do século XXI não corresponderia a concepção de sociedade disciplinar explanada por Foucault, mas sim uma sociedade de desempenho e teria como paradigma a ideia de que seus habitantes, antes denominados “sujeitos da obediência”, agora seriam qualificados como sujeitos de desempenho e produção, pois tornar-se-iam empresários de si mesmos. (HAN, 2017a)

Para Foucault, a disciplina exerce seu controle, não sobre o resultado de uma ação, mas sobre seu desenvolvimento. Esse é um ponto primordial para o entendimento dessa evolução de nossa sociedade. Seria a disciplina uma técnica de poder que determinaria em uma vigilância perpétua e constante dos indivíduos e, além disso, o conjunto de técnicas pelas quais os sistemas de poder vão ter por alvo e resultado os indivíduos em sua singularidade (FOUCAULT, 2014).

Abalizando esse conceito para o âmbito trabalhista que rege nosso ordenamento jurídico, a ideia de disciplina faria jus aos modelos tradicionais de construção das relações laborais, na qual instituía-se uma cadeia hierárquica estruturada e sob a qual se ordenavam condições para a realização de um trabalho. No ordenamento jurídico brasileiro, por exemplo, a disciplina estabelecer-se-ia pautada sobre 4 condições – onerosidade, não-eventualidade, pessoalidade e subordinação<sup>2</sup>.

É curioso tal observação, uma vez que identificada a forma como se procede o desenvolvimento dessas atividades que são amplamente difundidas nas redes virtuais – ciberespaços – podemos inclusive questionar se estas poderiam ser enquadradas nas formalidades da lei trabalhista brasileira. Talvez seja esse o grande entrave para que possamos desenvolver de maneira mais célere a proteção desses obreiros no âmbito da justiça do trabalho no Brasil.

Inclusive, como a própria legislação já impõe algumas obrigações para que se entenda uma atividade como relação de emprego<sup>3</sup>, ainda temos o fato de que

---

<sup>2</sup> Art. 3º - Considera-se empregado toda pessoa física que prestar serviços de natureza não eventual a empregador, sob a dependência deste e mediante salário.

<sup>3</sup> Importante destacarmos a diferença entre relação de emprego e de trabalho. A primeira ocorrerá quando restarem presentes todos os requisitos previstos no art. 3º da CLT. A última ocorre quando algum dos requisitos



os próprios influenciadores digitais, muitas vezes, não identificam a precarização das atividades que os mesmos exercem. Tivemos a oportunidade de entrevistar alguns instagrammers<sup>4</sup> e youtubers<sup>5</sup> e observamos que quanto maior o grau de instrução e formação profissional do agente, mais consciente ele tem de sua realidade. Entretanto, mesmo diante dos diferentes graus de esclarecimento sobre sua realidade, todos foram uníssomos em ansiar o contínuo crescimento de suas atividades na rede que utilizam e visam um futuro promissor, independentemente do grau de comprometimento que tenham de suas vidas para o regular desempenho dessas atividades.

Dessa forma, conforme esclarece Klaus Martin Schwab, paulatinamente emerge um mundo do “precariado”, composto por uma nova classe social de trabalhadores. A marca deste novo trabalhador será a de que poderá trabalhar com quem quiser, quando quiser e exatamente como quiser. É esta a ilusão ventilada a esta nova ordem de trabalhadores. Seria a suposta combinação ideal entre a liberdade, menos estresse e maior satisfação no trabalho. Entretanto, já que este indivíduo não é mais um empregado, não recairão sobre si as “dificuldades, restrições e normas do trabalho”. (SCHWAB, 2016)

Todo esse novo ideário surge para acompanhar essa mudança de paradigma que se construiu com a transformação da sociedade disciplinar para a sociedade de desempenho. Incute-se um inconsciente social quanto ao desejo de maximizar a produção. O sujeito do desempenho é mais rápido e mais produtivo que o sujeito da obediência. Mas isso não afasta o caráter exploratório da atividade exercida. Muito pelo contrário, esta nova máxima não altera um cerne básico, qual seja o do trabalhador que agora reveste de “poder”, mas não se cancela o “dever”. (HAN, 2017a)

Neste ponto, Han chama nossa atenção sobre uma condição aterradora: o imperativo de obedecer apenas a si mesmo ocasiona uma pressão de desempenho. Seria esse excesso de responsabilidade e iniciativa, cumulado com o imperativo de desempenho da sociedade pós-moderna do trabalho quem ditaria a dinâmica destes

---

do art. 3º da CLT não são preenchidos, ou seja, basta que um daqueles critérios não seja suprido para que tenhamos uma relação de trabalho.

<sup>4</sup> No Instagram, os usuários que conquistam o posto de ganhar dinheiro com publicações em redes sociais são chamados de Instagrammers. Tratam-se de pessoas pagas para fazerem posts na plataforma de fotos e vídeos, que contam com um público grande e, de preferência, alcançam determinado nicho em que uma marca pode se interessar.

<sup>5</sup> A definição dada para a palavra YouTuber, segundo verbete do Oxford, seria a de “um usuário frequente do site de compartilhamento de vídeos YouTube, especialmente alguém que produz e aparece em vídeos no site”. Tratam-se de pessoas que obtém através dessa plataforma um meio de monetização de sua imagem.





novos postos de labor. O agente de coação externo não deixa de existir, ele apenas perde espaço para o controle que o próprio indivíduo desperta sobre si e a atividade por ele desenvolvida. É diante desse quadro que surge o *animal laborans*. (HAN, 2017a)

O trabalho, então, se aperfeiçoa, remodela o pensamento desse novo obreiro e este se coaduna ao pensamento regente de nossa sociedade. O trabalhador é ao mesmo tempo o preso e o vigia. Ao construir as paredes de sua própria prisão, o trabalho passa a refletir a necessidade do trabalhador de gerar uma auto exposição e de desenvolver uma nova condição para o consumo. Comercializa-se a si próprio. Expõe-se como uma verdadeira mercadoria. Seu valor quantifica-se tanto pelo que produz, como por entregar ao outro aquilo que se espera para ser consumido, saboreado e espetacularizado.

Mais do que a regência do próprio indivíduo como um sujeito de auto vigilância, observamos igualmente um sentimento de propósitos incutido a ideia desse novo ser laboral. Para Cortella (2016), há uma desenfreada busca por ser reconhecido, por ser valorizado pelo que se faz. Essa questão de propósitos tem-se aderido gradativamente à mentalidade laboral, uma vez que a sociedade de hoje está mais focada no indivíduo. Assim, a ideia de propósito reflete-se diretamente ao sentimento de realização pessoal. (CORTELLA, 2016)

Na verdade, é quando enxergamos a nossa sociedade através desta nova perspectiva que se apresenta através da necessidade de reconhecimento, entendemos o porquê da rápida aceitação e propagação deste novo viés trabalhistas. Uma vida com propósito seria pautada na ideia em que o indivíduo entenda as razões pelas quais faz o que faz e pelas quais claramente deixou de fazer o que não faz. Dessa forma, o reconhecimento é uma questão-chave nessa busca por sentido. O indivíduo necessita se reconhecido nas atividades que exerce. Porque quando eu faço algo, eu me “re-conheço”, isto é, eu conheço a mim mesmo de novo. (CORTELLA, 2016)

Além de identificar-se com aquilo que faz e produz, o indivíduo substitui a antiga acepção de atribuir ao labor uma atividade penosa, para aquela que lhe traz satisfação e completude no exercício de suas funções. O receio de antigas profissões estarem fadadas ao desuso não se dá, exclusivamente, à descoberta de avanços tecnológicos, mas também se refletem pelo desinteresse no desempenho desses ofícios. Esse novo desenho social derroca de uma mudança paradigmática.



E nesse campo de propósitos desenvolve-se o conceito de consumo às relações de trabalho. A face se tornou uma forma de mercadoria, a do semblante humano. Han já falava da necessidade de aparecer para possuir valor, e isso não se aplica só a produtos, uma vez que ser humano foi transformado em elemento de valor. O sujeito precisa aparecer enquanto profissional, para ser de fato profissional, e esse aparecer é que atribui valor ao seu trabalho.

A ideia de consumo baseia-se no sentido da coação expositiva. Esta leva à alienação do próprio corpo, coisificado e transformado em objeto expositivo, que deve ser otimizado. Quando Han refere-se à impossibilidade de morar no próprio corpo, fazendo-se necessário, então, expô-lo e, assim, explorá-lo, ele traz a ideia de que o próprio mundo desses sujeitos se transforma em seu espaço de exposição. Assim, ele traz em sua fala que já não seria possível o habitar – estar satisfeito, estar em paz, permanecer onde se está – que cederia lugar à propaganda, com o objetivo de incrementar o capital da atenção do público. (HAN, 2017b)

Dessa forma, cada sujeito é seu próprio objeto-propaganda. Tudo se mensura em seu valor expositivo. E seria esse excesso de exposição que transformaria tudo em mercadoria. Foi a própria economia capitalista trouxe consigo essa acepção de que tudo é passível à coação expositiva. Quando o próprio sujeito dá lugar à mercadoria, temos o auge da extensão do consumo. A necessidade de ser observado, de ser reconhecido e de ser “comprado” não impõe qualquer barreira ou limite.

### **Do fordismo/taylorismo ao pós-fordismo**

Com a primeira revolução industrial houve um processo contínuo e permanente de aperfeiçoamento de métodos de trabalho e de produção. Não se tratou de um movimento isolado ou de um abrupto rompimento com o paradigma anterior, mas sim de uma sequência de inovações nas técnicas de produção, que impactaram o sistema capitalista de produção. O âmbito interno das relações de trabalho também sofreu impacto direto dessa nova sistemática de organização das fábricas advindos da primeira revolução industrial. Com isso, a primeira revolução industrial se estabeleceu sobre dois grandes pilares: o primeiro baseado no desenvolvimento das tecnologias de produção massificadas e o último pela nova forma de organização da força de trabalho no interior da estrutura produtiva. (GAIA, 2018)





Já segunda fase da revolução industrial, por seu turno, é identificada pela intensificação do papel da ciência na produção, que trouxe inúmeros reflexos nas relações de trabalho assalariado, especialmente na sua organização e na importância do trabalho assalariado. Com isso, a força humana assalariada passou a ser concentrada nas fábricas, o que exigiu do capitalista a implantação de um sistema de supervisão direta do trabalho para controlar a produtividade dos trabalhadores. (GAIA, 2018)

Entretanto, com o avanço e desenvolvimento das tecnologias houve uma redução da dependência da mão de obra para o aumento dos lucros do capitalista. Essa mudança do paradigma tecnológico no sistema de produção capitalista impactou, especialmente no século XX, as novas formas de trabalho humano tanto no setor industrial e, especialmente, no setor de serviços. Com isso, a organização da classe operária na luta contra as novas formas de exploração do trabalho permitiu a edição de normas de proteção ao trabalho pelo Estado, especialmente em matérias relativas à duração do contrato de trabalho e higiene e segurança no ambiente laboral. (GAIA, 2018)

No Brasil, a absorção dos modelos instituídos pelas primeira e segunda revoluções industriais foi intermediada por um “capitalismo tardio” e pelas desigualdades entre regiões e setores econômicos. A construção do modelo de desenvolvimento que foi empregada no país pressupunha um parque industrial já desenvolvido. Tanto o é que nos setores nos quais já se observava o avanço da industrialização no Brasil, também se observava o avanço da organização trabalhista. O Estado brasileiro reagiu, regulamentando as relações trabalhistas, o que certamente ganhou maior expressão com a Consolidação das Leis Trabalhistas (CLT). (ZANELLI; BORGES-ANDRADE; BASTOS, 2014)

Isso, inclusive, nos possibilita esclarecer como as formas de organização do trabalho taylorista e fordista na segunda revolução industrial estavam assentadas no mundo e, posteriormente no Brasil, pautadas basicamente em um modelo de trabalho produtivo<sup>6</sup>. A energia humana seria direcionada prioritariamente à produção em si, ainda que um pequeno grupo de trabalhadores fosse deslocado para o trabalho dito improdutivo<sup>7</sup>. Já o sistema toyotista, por seu turno, desenvolvido na

---

<sup>6</sup> O trabalho produtivo representa, na teoria marxiana, a força de trabalho dirigida e capaz de gerar de forma direta a produção de mais-valia, ou seja, aquele em que a força humana é imediatamente consumida e empregada no processo de valorização do capital.

<sup>7</sup> O trabalho improdutivo é aquele, por sua vez, representado pela atividade de cunho imaterial utilizada



terceira revolução industrial e ainda incipiente no Brasil, cujas bases se esteiam mediante a recente reforma trabalhista, seria fundado nos trabalhos produtivos e trabalhos improdutivos, que se entrelaçam e são mutuamente dependentes um do outro. (GAIA, 2018).

Entretanto, buscando estabelecer as bases para o fomento da CLT, que ainda acompanhavam o aperfeiçoamento desejado pela segunda revolução industrial, esclarecemos que esta veio com Taylor e com Ford. O sistema taylorista imprimiu ao trabalho humano uma nova forma de disciplinar a maneira como seriam executadas as tarefas, realizadas através do parcelamento e simplificação das tarefas, do aumento do controle sobre o empregado e da imposição de ritmos de trabalho. Dessa maneira, seria possível assegurar uma padronização na produção dos bens, diminuição dos custos e uma melhora na produtividade e rendimento de sua produção. (CUNHA, 2016)

O binômio fordismo/taylorismo, que indica sistema produtivo e processo de trabalho, estruturava-se na *fabricação em massa* de mercadorias, fundada na produção homogeneizada e verticalizada. Já o padrão de produção fordista baseou-se no trabalho parcelar e fragmentado, consoante o qual as tarefas eram decompostas a fim de que os operários praticassem movimentos repetitivos, que, somados, resultavam no produto coletivamente produzido. O trabalhador era um mero apêndice da máquina. (CUNHA, 2016)

Além desses aspectos, é importante frisar que a história de cada país condiciona as formas peculiares de desenvolvimento da atividade e organização das atividades produtivas de acordo com os moldes fordistas/tayloristas. Ou seja, o fordismo e o taylorismo não foram aplicados uniformemente nos diversos países capitalistas do mundo. A transplantação de um modelo de produção sofre modificações porque as condições sociais e econômicas variam de acordo com o país a ser estudado. Tais condições podem ser díspares, inclusive, dentro de um mesmo país, fato que pode se observar no Brasil e que se reflete até hoje. (CUNHA, 2016)

Com a retração do binômio taylorismo/fordismo, vem ocorrendo uma redução do proletariado industrial, fabril, tradicional, manual, estável e especializado, herdeiro da era da indústria verticalizada de tipo taylorista e fordista. Esse proletariado vem

---

indiretamente no processo produtivo. No trabalho improdutivo, a força de trabalho é consumida no processo de produção como valor de uso



diminuindo com a reestruturação produtiva do capital, dando lugar a formas mais desregulamentadas de trabalho, reduzindo fortemente o conjunto de trabalhadores estáveis que se estruturavam por meio de empregos formais. Há, entretanto, contrariamente à tendência anteriormente apontada, outra muito significativa e que se caracteriza pelo aumento do novo proletariado fabril e de serviços, em escala mundial, presente nas diversas modalidades de trabalho precarizado. São os terceirizados, subcontratados, *part-time*, entre tantas outras formas assemelhadas, que se expandem em escala global. (ANTUNES; ALVES, 2004)

Desse modo, para se compreender a nova forma de ser do trabalho, a classe trabalhadora hoje, é preciso partir de uma concepção ampliada de trabalho. Compreender, portanto, a classe-que-vive-do-trabalho, a classe trabalhadora hoje, de modo ampliado, implica entender este conjunto de seres sociais que vivem da venda da sua força de trabalho, que são assalariados e desprovidos dos meios de produção. Como todo trabalho produtivo é assalariado, mas nem todo trabalhador assalariado é produtivo, uma noção contemporânea de classe trabalhadora deve incorporar a totalidade dos(as) trabalhadores(as) assalariados(as). A classe trabalhadora, portanto, é mais ampla que o proletariado industrial produtivo do século passado, embora este ainda se constitua em seu núcleo fundamental. Dessa forma, ela tem uma conformação mais fragmentada, mais heterogênea, mais complexificada e que somente pode ser apreendida se partirmos dessa noção ampliada de trabalho. (ANTUNES; ALVES, 2004)

Foi sob esta nova ótica que se desenvolveu e se situa os Influenciadores Digitais, trabalhadores precarizado desde sua origem e que tanto não possuem qualquer espécie de proteção laboral, como também não se mobilizam e anseiam por esta proteção, uma vez que nascidos no seio da precarização, estão imersos numa influência que os fazem crer serem independentes, empreendedores e diretamente responsáveis pelo sucesso de suas “carreiras”.

Essa sociedade do desempenho basear-se-ia numa sociedade pautada na liberdade/positividade, desvinculando-se da negatividade proposta pela sociedade disciplinar, que traduzir-se-ia nos modelos taylorista/fordista de produção, para assim permitir a eclosão dessa nova forma de pensar o sistema produtivo pautado no toyotismo. E, apesar de o toyotismo pertencer à mesma lógica de racionalização do trabalho do taylorismo/fordismo, o que implica considerá-lo uma continuidade com respeito a ambos, ele tenderia, em contrapartida, a surgir como um controle do



elemento subjetivo da produção capitalista que estaria posto no interior de uma nova subsunção real do trabalho ao capital - o que seria uma descontinuidade com relação ao taylorismo/fordismo. (ANTUNES; ALVES, 2004)

Nos dias de hoje, a própria presença física do trabalhador no ambiente da empresa é representativa do passado. Essa é uma tendência mundial e atualmente propõe-se como uma saída para as atividades dos mais variados ramos de atuação. Uma transformação que só foi possível graças ao desenvolvimento das tecnologias de informação. O teletrabalho ou trabalho à distância permitiu que, mesmo longe do estabelecimento empresarial, o trabalhador possa realizar o seu trabalho, reduzindo os custos envolvidos na manutenção da empresa, e o empregador controlar a sua assiduidade e produção, por meio de aparatos tecnológicos. São elementos como esses que confirmam o panorama social com que nos deparamos, uma sociedade baseada no desempenho e na produção, flexibilizando o controle e alterando a sociedade disciplinar que por tanto tempo guio nossas relações.

### **Instagram e YouTube – o consumo na rede social**

O instagram é um aplicativo que funciona como um grande mural para expor fotos e vídeos, onde também é possível gravar pequenos vídeos em sequência que ficam disponíveis por um tempo determinado e logo depois são automaticamente apagados. Na linha do tempo do perfil ficam disponíveis os conteúdos das pessoas que o usuário escolhe seguir. Há a ferramenta de “curtir”, espaço para comentários e também a opção “encaminhar” que permite compartilhar uma postagem sua ou de outro perfil para demais pessoas. (SILVESTRE, 2017)

Também é comum perceber que os perfis abordam certas temáticas que são divididas em categorias como: moda, alimentação saudável e *fitness*, humor, maternidade, beleza, decoração, viagem, pets, celebridades, e tantas outras que poderiam ser listadas. Portanto, as pessoas se agregam em torno destes perfis a partir do gosto. Frise-se que os gostos são, na verdade, uma maneira dos indivíduos se autodefinirem. (SILVESTRE, 2017)

Diferente da publicidade tradicional, podemos observar que a rede social em questão, o Instagram, tratando especificamente das ações dos influenciadores digitais, embora esteja envolto por objetivos mercadológicos, desenvolve os anúncios de forma menos direta do que na publicidade, aglutinando uma série de



características que precisam ser levadas em conta nas relações de consumo. (SILVESTRE, 2017)

Na verdade, diante da profunda estetização da vida cotidiana, da pluralidade de escolhas disponíveis ao consumidor e da experiência sucessiva de contemplação de imagens que contribuem na geração destes estímulos, tudo nos leva a crer que sucesso do Influenciador digital não reside somente na sua credibilidade e carisma e na sua capacidade em indicar e vender produtos ao seu público, mas sobretudo na sua habilidade em construir cenários que morem nos sonhos dos seus seguidores. (SILVESTRE, 2017)

Já o YouTube é um site desenvolvido sob a proposta de permitir aos usuários o envio, o compartilhamento e/ou a visualização de vídeos dentro da plataforma digital. De acordo com estatísticas oficiais divulgadas pelo YouTube, mais de um bilhão de pessoas acessam, atualmente, o conteúdo do site, que acumula milhões de horas de visualizações de vídeos diariamente. (FARIA; MARINHO, 2017)

Devido aos avanços recentes da tecnologia móvel, o aplicativo do YouTube nos celulares é responsável por mais de 50% do total de visualizações registradas pelo site. Ainda de acordo com a empresa, atualmente são disponibilizadas 76 opções de idioma e versões regionais do site para mais de 88 países. O Brasil ocupa uma posição de destaque no uso do YouTube: segundo dados disponíveis no site – acessados em março de 2017 –, dos 100 canais com o maior número de inscrições, 7 são brasileiros – que, juntos, reúnem mais de 80 milhões de inscritos. (FARIA; MARINHO, 2017)

## **Conclusão**

É mais do que certo que a digitalização da vida é um processo sem volta. Não tem como fechar a caixa de pandora após aberta e conhecido todo o acervo infinito que já se encontra tão intrinsecamente vinculado à rotina da população mundial. E não só isso, a digitalização da economia, como também do trabalho, traz panoramas incertos para todos, mesmo para aqueles que não fazem uso explícito dos ciberespaços como uma forma de monetização.

Ainda que façamos uso dos meios tradicionais de labor, estamos constantemente conectados. A evolução da sociedade da disciplina para a sociedade de desempenho é um processo que se irradia como um vírus por todas as relações laborais existentes. Seja através de uma rede de monitoramento muito mais



flexível ao empregador, seja através da eclosão de meios de trabalho que desde seu berço já estão fadados a precarização, todos estamos diretamente conectados e esse direito à desconexão parece ser um direito cada vez mais necessário a todos.

Porém, como temos em tela as atividades exercidas pelos influenciadores digitais, através dos resultados das entrevistas que realizamos pudemos observar alguns quadros sintomáticos dessas atividades e que muito depende do agente que faz a utilização dessas redes. Para aqueles que já puderam experimentar o exercício de alguma outra modalidade laboral dispare daquela exercida na rede, a noção sobre a realidade exploratória de sua atividade existe, porém é suplantada pelo ideário de empreendedorismo e de propósito que orbita a natureza dessa atividade. Também existe um anseio, mesmo que tímido, sobre a necessidade de regulação de suas atividades, ainda que mais como forma de auxiliar o melhor desempenho de seu trabalho e de respalda-los de eventuais *haters*<sup>8</sup>, do que, necessariamente, de buscar métodos legais que coíbam abusos no exercício de sua atividade, trazendo consigo um discurso velado de precarização.

Já para aqueles que nasceram e desenvolveram seu perfil profissional neste berço virtual, nem mesmo reconhecem a natureza laborativa da atividade exercida. Creem praticar uma relação de trabalho e não de emprego, uma vez que não se enxergam como empregados, mas sim como colaboradores ou, simplesmente, produtores de conteúdo, que dispõe de total liberdade para atuarem da maneira que melhor lhes convier. Apesar disso, são firmes ao informarem sobre a “necessidade” de manter uma produção continuada de conteúdo sob pena de perder seguidores, engajamento ou até mesmo alguma forma de retaliação do próprio canal (situação que identificamos naqueles que fazem uso do YouTube como meio principal de desenvolvimento de suas atividades). Até mesmo, tem suas carreiras assessoradas por pessoas indicadas pelo próprio aplicativo, quase como uma forma de se manter ativo naquela rede. Estão alienados de tal forma que passa despercebido o meio de exploração a que estão submetidos e, por isso, não veem essa mesma necessidade de regramento de suas atividades.

Como discurso comum a todos, a dificuldade em obter autonomia financeira na atividade que exerce. Mesmo após anos de atuação, ainda necessitam de suporte financeiro ou do exercício de outras atividades para se sustentarem e, até

---

<sup>8</sup> é uma palavra de origem inglesa e que significa “os que odeiam” ou “odiadores” na tradução literal para a língua portuguesa. O termo *hater* é bastante utilizado na internet para classificar algumas pessoas que praticam uma espécie “cyber bullying”.





mesmo, se manterem “ativos” na rede. Porém, mesmo diante dessas dificuldades, todos discursam no sentido de manterem seu campo de atuação nesta mesma plataforma, já que creem ser possível sucesso na rede a ponto de sobreviver única e exclusivamente dela.

Essa é um campo que ainda demanda uma ampla pesquisa, até porque pela forma como se enxergam essas atividades de labor, muitas vezes vendidas como uma glamorização que impulsiona a tantas outras pessoas a buscarem esse mesmo viés – circunstância que já põe em risco uma massa de futuros obreiros que já se veem desestimulados aos meios tradicionais de labor diante da possibilidade de trabalhar com o que lhes dá prazer ou uma noção de lazer – e consequente faz com que se amplie cada vez mais o campo de atuação desses Influenciadores Digitais. Este é um risco que se não for responsabilmente dimensionado e controlado, poderá trazer irreversíveis consequências ao futuro de nossa sociedade.

### **Referências bibliográficas**

- ANTUNES, Ricardo; ALVES, Giovanni. **As Mutações no Mundo do Trabalho na Era da Mundialização do Capital**. Educ. Soc., Campinas, vol. 25, n. 87, p 335-351, maio/ago. 2004.
- CAMARGO, Isadora; ESTEVANIM, Mayanna; SILVEIRA, Stefanie C. da. **Cultura participativa e convergente: o cenário que favorece o nascimento dos influenciadores digitais**. Comunicare (São Paulo), v. 17, p. 96-118, 2017.
- CORTELLA, Mario Sergio. **Porque fazemos o que fazemos?: aflições vitais sobre trabalho, carreira e realização**. 1ª edição. São Paulo: Planeta, 2016.
- CUNHA, Tadeu Henrique Lopes da. **O fordismo/taylorismo, o toyotismo e as implicações na terceirização**. Boletim Científico da Escola Superior do Ministério Público da União, v. 47, p. 183-210, 2016.
- ESTELA, Dine. **O impacto dos influenciadores digitais nas eleições de 2018**. Maringá: PR: Eviseu, 2019. *Ebook*.
- FARIA, Ana Clara Gobbes; MARINHO, Felipe Harmata. **Influenciadores Digitais: Um Estudo Sobre a Popularidade Alcançada Através do YouTube**. In: 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Intercom, 2017, Curitiba. 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Intercom, 2017.
- FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder**. 8ª edição. Rio de Janeiro: Graal, 2014b.
- GAIA, Fausto Siqueira. **As novas formas de trabalho no mundo dos aplicativos: o caso “UBER”**. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2018.
- HAN, Byung-Chul. **Sociedade do cansaço**; tradução de Enio Paulo Giachini. 2ª edição ampliada. Petrópolis, RJ: Vozes, 2017a.
- HAN, Byung-Chul. **Sociedade da transparência**; tradução de Enio Paulo Giachini. Petrópolis, RJ: Vozes, 2017b.
- KARHAWI, Issaaf. **Influenciadores digitais: conceitos e práticas em discussão**. Comunicare (São Paulo), v. 17, p. 46-61, 2017.
- SILVESTRE, Camila Marins. **O consumo na rede social Instagram: influenciadores digitais, materialidade e sonhos**. In: 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2017, Curitiba. 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2017.
- SCHWAB, Klaus. **A quarta revolução industrial**. São Paulo: Edipro, 2016



**III Seminário Nacional de Sociologia - Distopias dos Extremos: Sociologias Necessárias**  
08 a 16 de Outubro de 2020 - Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade Federal de Sergipe

ZANELLI, José Carlos; BORGES-ANDRADE, Jairo Eduardo; BASTOS, Antônio Virgílio Bittencourt. **Psicologia, organizações e trabalho no Brasil**. 2. ed. Dados eletrônicos. Porto Alegre: Artmed, 2014.